

## PRONTUARIO

<b>TÍTULO:</b>	Seminario integrador de relaciones públicas
<b>CODIFICACIÓN:</b>	RPU 480
<b>PRERREQUISITOS:</b>	Haber completado todos los requisitos departamentales y estar en el último semestre de estudio
<b>CRÉDITOS:</b>	3 créditos   3 horas semanales   3 horas semestre para actividades lingüísticas   1 semestre

## DESCRIPCIÓN

Este curso seminario integra los conocimientos adquiridos por el estudiante en los cursos de diversas áreas de las relaciones públicas que son requisitos departamentales y medulares. A través del estudio teórico y práctico de temas y problemas pertinentes a las relaciones públicas, el curso propiciará la integración de enfoques históricos, legales, éticos, teóricos, estéticos y tecnológicos mediante trabajos de investigación o proyectos creativos. Además, se busca la identificación de alternativas profesionales y educativas al completar estudios sub-graduados y la preparación al mundo del trabajo.

Énfasis en situaciones prácticas de investigación, tendencias y diseño de programas. . Planificación, desarrollo e implantación de un evento o programa, plan de crisis o producción de una actividad para un cliente real. Este curso se imparte parcialmente a distancia, apoyado virtualmente con lecturas, tareas e investigación en línea. El curso requiere la disponibilidad del estudiante para participar en actividades fuera del salón de clases, particularmente visitas al cliente u otras organizaciones que puedan prestar servicios relacionados al proyecto. Se requiere la participación activa, asistencia y colaboración del estudiante para lograr esta experiencia práctica.

En este curso, el estudiante desarrolla destrezas prácticas a través del aprendizaje mediante el servicio a la comunidad. Se concentra en el diseño de un plan de comunicación de acuerdo a Proceso de Relaciones Públicas: Investigación, Planificación, Acción/Comunicación y Evaluación, dirigido a clientes de entidades sin fines de lucro, organizaciones públicas, privadas o de base comunitaria. El desarrollo de este plan o campaña de Relaciones Públicas lo prepara para el trabajo en equipo y responsabilidades que debe tener ante un cliente con necesidades de comunicación

específicas en un contexto real. El curso requiere la disponibilidad del estudiante para participar en actividades fuera del salón de clases, particularmente visitas al cliente u otras organizaciones que prestan servicios relacionados al proyecto. Se requiere participación activa presencial y virtual, así como su asistencia y colaboración en grupo.

Cuenta con el apoyo del LAD en el manejo del inglés y español en dos trabajos escritos y en dos presentaciones orales. El curso requiere la participación activa del estudiante en talleres y actividades para desarrollar las destrezas de comunicación oral y escrita en inglés y en español. Énfasis en la asistencia regular del estudiante al Centro de Lenguas y Cultura para recibir apoyo de los mentores en lenguas.

## **JUSTIFICACIÓN**

El relacionista profesional debe poseer una perspectiva ética, crítica y abarcadora de los temas y problemas que afectan la teoría y la práctica de la profesión.. Debe también ser capaz de integrar las destrezas de investigación y los conocimientos adquiridos al desarrollo de proyectos que contribuyan al mejoramiento de la profesión de comunicador y al mejoramiento de los medios de comunicación, así como al beneficio de la sociedad. Este seminario permite al candidato a graduación la oportunidad de profundizar en el estudio de asuntos y problemas históricos, de actualidad, creativos y gerenciales, pertinentes a las relaciones públicas, a la vez que refina su capacidad para el análisis crítico, la investigación y la aplicación de sus conocimientos. Es importante que el estudiante candidato a graduación desarrolle destrezas y estrategias prácticas que faciliten la transición al trabajo en el mundo de las Comunicaciones.

En su función de planificador el relacionista desarrolla estrategias, tácticas y planes de acción, mediante los cuales se proyecta comunicar con sus diferentes públicos, como administrador le corresponde establecer objetivos, planificación, presupuesto, reclutamiento y adiestramiento a los recursos necesarios para la ejecución de las funciones de relaciones públicas. La planificación, creación y producción de medios de comunicación y estrategias especializadas deben ser ejecutadas respondiendo al dinámico y cambiante mundo empresarial y de las comunicaciones. El desarrollo, ejecución y difusión de este proyecto o actividad de Relaciones Públicas lo prepara para el trabajo en equipo y responsabilidades que debe tener ante un cliente con necesidades de comunicación integradas en un contexto real. El estudiante se expone a una experiencia real de trabajo con sus públicos, con los medios y con la industria de las comunicaciones.

## **COMPETENCIAS**

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- Investigación y exploración.
- Cuestionamiento crítico.
- Sentido ético y justicia social.
- Trabajo en equipo.
- Comunicación.

- Emprendimiento e innovación.

## **OBJETIVOS**

Al finalizar el curso, los estudiantes estarán capacitados para:

1. Integrar los aspectos teóricos, éticos y legales, históricos, estéticos y tecnológicos al estudio y la práctica de las relaciones públicas
2. Integrar los conocimientos en las áreas creativas y gerenciales que desarrolló en los cursos de electivas dirigidas.
3. Reconocer la necesidad y utilidad de dicha perspectiva integradora en la práctica de su profesión.
4. Fortalecer sus capacidades críticas, investigativas, creativas y gerenciales.
5. Reconocer la relación entre el ejercicio de su profesión y las consecuencias o impacto de esta profesión de comunicador en la sociedad.
6. Ampliar y profundizar en el estudio de temas y problemas relacionados con la comunidad en Puerto Rico y en el mundo.
7. Aumentar el caudal bibliográfico e investigativo relacionado con la comunicación en Puerto Rico.
8. Desarrollar destrezas y estrategias prácticas de la profesión que faciliten su transición al mundo del trabajo.
9. Reflexionar en torno a la teoría, ética y quehacer de las relaciones públicas en Puerto Rico.
10. Utilizar los criterios apropiados para preparar un portafolio profesional.
11. Comunicarse claramente en inglés y español mediante destrezas de comunicación oral y escrita que los beneficiarán personal, social, cultural y profesionalmente
12. Reconocer la importancia de expresarse correctamente en español y en inglés tanto oral como escrito para lograr una comunicación efectiva.
13. Distinguir las funciones de las distintas herramientas o medios de comunicación y su estructura operacional para cada situación, cliente, público o estrategia.
14. Desarrollar un plan de relaciones públicas mediante el aprendizaje en servicio para un cliente seleccionado (organización comunitaria o pequeña empresa) y tener una visión como ciudadano responsable ante las necesidades de su comunidad.
15. Desarrollar la destreza de trabajar en equipo en la solución de problemas complejos y asumir con liderazgo y responsabilidad preparar documentos y programas de

## **CONTENIDO**

Los temas de estudio del curso pueden variar o repetirse de semestre en semestre y entre las secciones disponibles, para atender diferentes aspectos de las relaciones

públicas. También pueden variar según el campo de experiencia del profesor o los intereses de los estudiantes. Sin embargo, se sugieren los siguientes temas de discusión:

- I. Aspectos teóricos, históricos, creativos y gerenciales de las Relaciones Públicas.
  - A. Algunas teorías de Comunicación y de Relaciones Públicas
  - B. Desarrollo histórico de las relaciones públicas en Puerto Rico
  - C. Aspectos gerenciales
- II. Aspectos éticos de la profesión.
  - A. Ley Num 204
- III. Impacto de la profesión en la comunidad puertorriqueña
  - A. Responsabilidad Social
  - B. Creatividad
  - C. El manejo del idioma español
- IV. Fuentes de información para investigación y programas
  - A. Investigación en la industria de las comunicaciones
    1. Metodologías
- V. Escenarios de trabajo y práctica para el comunicador
  - A. La práctica – (Informe escrito y oral en inglés)
- VI. En búsqueda de empleo
  - A. La carta de presentación ( en inglés)
  - B. El resume (en inglés)
  - C. La entrevista
  - D. La importancia del manejo del inglés y buen español
- VII. El portafolio
  - A. Contenido
  - B. Presentación
- VIII. Futuro de las relaciones públicas en Puerto Rico y en el mundo
  - A. Tendencias
  - B. Tecnología e Internet
  - C. Diversidad
  - D. Especialidades

## **METODOLOGÍA**

- Conferencias
- Discusiones
- Análisis de situaciones reales
- Lecturas en línea
- Talleres
- Trabajo de investigación
- Visita de conferenciantes de la industria
- Asignaciones y tareas
- Informes orales/escritos en español e inglés
- Bibliografías anotadas
- Multimedia y recursos en línea
- Educación apoyada en línea
- Taller de la Biblioteca sobre investigación en el Web
- Talleres de Comunicación oral y escrita en inglés y español

## EVALUACIÓN

Asistencia, participación y calidad de la discusión en clase	20%
Ensayos y presentaciones orales /español e inglés	25%
Portafolio	25%
Proyecto final de investigación o creativo	<u>30%</u>
<b>Total</b>	<b>100%</b>

## AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

## BIBLIOGRAFÍA

Revista Punto y Coma: Universidad del Sagrado Corazón (2001) *“Ética y comunicación”*. San Juan: Centro de Investigaciones Académicas. **(Revista en Colección Puertorriqueña)**

Higuera, Inmaculada. (2001) *Valor comercial de la imagen : aportaciones del right of publicity estadounidense al derecho a la propia imagen*. **342.0858 H638v**

Lozano Rendón, J.C. (1996) *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Alhambra. **302.23 L925t**

Macía Mercadé, Juan. (2002) *Comunicación persuasiva para la sociedad de la información*. **659.104 M152c**

McQuail, D. (2000) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* (Traductor Ducher, Patrick). Barcelona: Rústica. **302.23 M173m3 S**

Muleiro, Hugo, (2002) *Palabra x palabra : estructura y léxico para las noticias*. **070.4 M954p**

Pember, Don R. (1999-). *Mass Media Law*. Boston: McGraw-Hill **343.099 P394ma 2003-2004**

Reyes Grote, Judy Ann. (2000) *La relación entre los tipos y estilos de comunicación y el éxito de un programa de calidad total en las industrias de servicio*. (Tesis) San Juan Universidad del Sagrado Corazon. **658.562 R457r**

Villaneuva, María (1992). *Guía práctica para la redacción de propuestas y documentos de tesis (Maestría y Doctorado) según "The American Psychological Association – APA"*. San Juan: Publicaciones Puertorriqueñas. **808.02 V716g**

Wimmer, Roger D. y Dominick, Joseph R. (2000). *Mass Media Research*. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company. **302.23 W757M6**

Wimmer, Roger D. (2001). *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. **302.23 W757M6 S**

## **REVISTAS**

Advertising Age - Weekly Publication of Ad Age Group [www.adage.com](http://www.adage.com)

CHASQUI - Revista latinoamericana de comunicación [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)

CREATIVITY Magazine – 10 yearly ,Crain Comm. Inc [www.adcritic.com](http://www.adcritic.com)

Encuentro- Boletín Semanal sobre medios [www.encuentro.org.mx](http://www.encuentro.org.mx)

en.red.ando- Revista sobre Medio Internet [www.enredando.com/](http://www.enredando.com/)

Tendencias-[www.relacionistas.com](http://www.relacionistas.com)

Inter-Forum- [www.revistainterforum.com](http://www.revistainterforum.com)

Negocios - Periódico El Nuevo Día –San Juan Puerto Rico [www.endi.com](http://www.endi.com)

TACTICS - Monthly Publication of the PRSA/ [www.prsa.org](http://www.prsa.org)

The Journal of Cinema and the Media [www.frameworkonline.com/](http://www.frameworkonline.com/)

## **Websites**

Apuntes sobre ética <http://members.tripod.com/ivancontreras/index1.html>

Asoc. de agencias publicitarias de PR [www.agenciaspublicitarias.com](http://www.agenciaspublicitarias.com)

Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación [www.adecec.com](http://www.adecec.com)

Asociación Internacional de Relaciones Públicas (IPRA). [www.ipra.org](http://www.ipra.org)

Asociación de Relacionistas Profesionales de Puerto Rico [www.relacionistas.com](http://www.relacionistas.com)

Búsqueda de empleo en relaciones públicas [www.workinpr.com](http://www.workinpr.com)

Business for Social Reponsability [www.bsr.org](http://www.bsr.org)

Becas disponibles [www.scholarshipexperts.com/](http://www.scholarshipexperts.com/)

College View, Your career, your collage, financial aid [www.collegeview.com](http://www.collegeview.com)

Council of Graduate Schools: Resources for Students [www.cgsnet.org](http://www.cgsnet.org)

Communication Research Sitemap [www.communicationresearch.org](http://www.communicationresearch.org)

Cómo hacer el Resumé <http://how-do-i-write-a-resume.com/>

Crain Communications Inc., publishes over 30 consumer, business and trade publications, including Advertising Age, Automotive News, BtoB, Modern Healthcare, Plastics News, business weeklies in Chicago, Cleveland, Detroit and New York and numerous related business Web [www.crain.com](http://www.crain.com)

Directorio de Medios de Comunicación de todos los países del mundo [www.mediosmedios.com.ar](http://www.mediosmedios.com.ar)

Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación [www.felafacs.org](http://www.felafacs.org)

Federal Trade Comisión [www.ftc.gov/](http://www.ftc.gov/)

Firmas de Relaciones Públicas en Puerto Rico  
[www.puertoricowow.com/html/publicr.asp](http://www.puertoricowow.com/html/publicr.asp)

Formatos y documentos en búsqueda de empleo Whittier career services -  
[www.whittier.edu](http://www.whittier.edu)

Guidelines for Writing in APA Style  
<http://apaguide.net>  
[www.apastyle.org](http://www.apastyle.org)

Global Alliance for Public Relations and Communication Management [www.globalpr.org](http://www.globalpr.org)  
N

International Association of Business Communicators [www.iabc.com](http://www.iabc.com) NO

Investigación de mercados en Puerto Rico  
[www.research\\_research.com](http://www.research_research.com)

[www.survey.com](http://www.survey.com)

La Iniciativa de Comunicación [www.comminit.com/la/](http://www.comminit.com/la/)

LexisNexis [www.lexis-nexis.com](http://www.lexis-nexis.com)

Lugares con artículos y enlaces sobre Comunicación y Medios

[www.campusred.net](http://www.campusred.net)

[www.estrategas.com](http://www.estrategas.com)

[www.felafacs.org](http://www.felafacs.org)

[www.revistainterforum.com](http://www.revistainterforum.com)

Los medios de Comunicación en Estados Unidos

[www.usinfo.state.gov/espanol/eua/medios.htm](http://www.usinfo.state.gov/espanol/eua/medios.htm)

Medios en Puerto Rico <http://geomedios.com/americanews/puertoriconews.html>

Portal de la Comunicación [www.portalcomunicacion.com/](http://www.portalcomunicacion.com/)

Public Relations Society of América [www.prsa.org](http://www.prsa.org)

Pressnet [www.pressnetweb.com](http://www.pressnetweb.com)

Tecnología [www.tecnomania.com/news-video](http://www.tecnomania.com/news-video)

The Communication Initiative [www.comminit.com](http://www.comminit.com)

The Media Studies Center [www.mediastudies.org](http://www.mediastudies.org)

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

## **ACOMODO RAZONABLE**

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

## **INTEGRIDAD ACADÉMICA**

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(\*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.

Derechos reservados | Sagrado | Noviembre, 2022